

Technische Universität Dresden – Fakultät Informatik
Professur für Multimediatechnik, Privat-Dozentur für Angewandte Informatik

Prof. Dr.-Ing. Klaus Meißner
PD Dr.-Ing. habil. Martin Engelen
(Hrsg.)

View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk



GENEME 07

GEMEINSCHAFTEN IN NEUEN MEDIEN

an der
Fakultät Informatik der Technischen Universität Dresden

Unter Mitwirkung der
Comarch Software AG, Dresden und der
GI-Regionalgruppe Dresden

am 01. und 02. Oktober 2007 in Dresden
<http://www-mmt.inf.tu-dresden.de/geneme/>
geneme@mail-mmt.inf.tu-dresden.de

A.11 Identität 2.0: SocialWare und die Identität der Benutzer

Tilo Mentler¹, Martin Christof Kindsmüller¹

¹Universität zu Lübeck, Institut für Multimediale und Interaktive Systeme

1. Zusammenfassung

Ausgehend von einer Betrachtung des Identitätsbegriffes unter Darstellung der Konzepte von Erik H. Erikson und Heiner Keupp wird untersucht, welchen Einfluss SocialWare auf die Identität der Benutzer haben kann. Nach Einführung des Begriffes virtuelle Identität werden Ansätze und Modelle aufgegriffen, die die Auswirkungen der Internetnutzung im Allgemeinen beschreiben und ihre Anwendbarkeit auf den Bereich der SocialWare geprüft. Dazu zählen die Selbstmaskierungs- und die Selbsterkundungsthese sowie die Problematik des Eskapismus. Des Weiteren werden eigene empirische Ergebnisse zur Selbstdarstellung in Form von stichpunktartigen Profilen beschrieben und die Verwendung von Begriffen wie Freundschaft kritisch hinterfragt.

2. Einleitung

Immer mehr Menschen nutzen das Internet zum Aufbau und zur Pflege von sozialen Beziehungen. Dazu stehen ihnen verschiedene Möglichkeiten zur Kommunikation und Interaktion zur Verfügung, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die so genannte SocialWare (*social software*) an Bedeutung gewinnt. Unter SocialWare werden internetbasierte Anwendungen subsumiert, die folgende drei Grundvoraussetzungen erfüllen: (1) Personen mit ähnlichen Interessen zusammenbringen (*matchmaking*), (2) eine reibungslose Kommunikation zwischen diesen Personen ermöglichen und (3) die Beziehungen, Rollen bzw. Ziele dieser Personen transparent werden lassen können [Hattori99]. Schmidt spricht in diesem Fall von "... Anwendungen, die Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement in den (Teil-) Öffentlichkeiten hypertextueller und sozialer Netzwerke unterstützen" [Schmidt06]. Die aktuelle Bedeutung von SocialWare lässt sich sowohl durch die stetig wachsenden Nutzerzahlen als auch durch das Entstehen neuer Plattformen belegen.

Die Frage nach den positiven und negativen Einflüssen auf die Identität der Benutzer wird dabei in der Öffentlichkeit meist emotional und ohne gesicherte Fakten diskutiert – besonders dann, wenn sie mit Straftaten in Verbindung gebracht wird. Zu diesem Problem trägt auch die eher dürftige Forschungslage bei. Während zu den „etablierten“ Diensten wie E-Mail, Usenet oder IRC zahlreiche Untersuchungen und Publikationen vorliegen (z. B. [Thimm99], [Turkle99]), sind Themengebiete wie MMORPG

(*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*) oder SocialWare bislang wenig in den Fokus gerückt worden. In den folgenden Ausführungen wird auf den vorliegenden Erkenntnissen aufgebaut und anhand einer detaillierten Begriffsklärung argumentiert.

3. Identität

War der seit der Antike verwendete Identitätsbegriff anfänglich vorrangig ein philosophisches und gegenstandstheoretisches Thema, so wurde die Diskussion im Laufe der Zeit um Beiträge aus verschiedenen natur- und geisteswissenschaftlichen Perspektiven erweitert und geprägt. Im Hinblick auf die persönliche Identität werden nachfolgend die Konzepte von Erik H. Erikson und Heiner Keupp vorgestellt.

3.1 Identität nach Erik H. Erikson

Die klassische psychologische Identitätstheorie geht auf Erik H. Erikson zurück, der persönliche Identität als ein bewusstes Gefühl definiert, dass auf zwei gleichzeitigen Beobachtungen beruht. Diese sind die unmittelbare Wahrnehmung der eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit sowie die damit verbundene Wahrnehmung, dass auch andere diese Gleichheit und Kontinuität erkennen [Erikson66, S. 18]. Ich-Identität wird als „[...] das angesammelte Vertrauen darauf, daß der Einheitlichkeit und Kontinuität, die man in den Augen anderer hat, eine Fähigkeit entspricht, eine innere Einheitlichkeit und Kontinuität [...] aufrechtzuerhalten.“ [ebenda, S.117] beschrieben. Der Zusammenhang zwischen diesen beiden Identitätsbegriffen wird wie folgt hergestellt: „Was wir hier Ich-Identität nennen wollen, meint also mehr als die bloße Existenz, vermittelt durch persönliche Identität; es ist die Ich-Qualität dieser Existenz.“ [ebenda, S.18]

Die Entwicklung der Identität wird im Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung anhand acht kontinuierlicher Phasen beschrieben, die sich über die gesamte Lebensspanne erstrecken. Sie entsprechen jeweils einem Identitätsstadium und sind von einem zentralen Konflikt geprägt, welcher überwunden bzw. gelöst werden muss, damit die Identitätsbildung erfolgreich fortschreiten kann. Diese Reifungskrisen ergeben sich aus den wachsenden gesellschaftlichen Erwartungen an das Individuum und den Schwierigkeiten verschiedene soziale Beziehungen zu gestalten. Aus dem Stufenmodell folgt, dass die Identitätsbildung ein lebenslanger Prozess ist, der aber entscheidend durch den Zeitraum der Adoleszenz geprägt wird.

3.2 Identität nach Heiner Keupp

Ausgangspunkt der Betrachtungen des Sozialpsychologen Keupp sind die gesellschaftlichen Veränderungs- und Wandlungsprozesse, die großen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelnen haben. Diese sind u. a. gekennzeichnet durch:

- Kulturelle und politische Veränderungen durch den globalen Kapitalismus,
- Migration, Herausforderungen kultureller Differenzen, Kriege und Terrorismus,
- Pluralisierung der Formen des Zusammenlebens und Überwindung traditioneller Geschlechterrollen.

Von den Menschen wird in diesem Zusammenhang Flexibilität und Selbstorganisation verlangt, um die unterschiedlichen, möglicherweise gegensätzlichen Anforderungen erfüllen zu können. Keupp folgert, dass sich dieses Erwartungsprofil nicht mit den Vorstellungen einer einheitlichen, sich stetig entwickelnden Identität vereinbaren lässt und Eriksons Ansatz die gesellschaftliche Basis abhanden gekommen ist. Vielmehr „[...] besteht die Identitätsarbeit vor allem in einer permanenten Verknüpfungsarbeit, die dem Subjekt hilft, sich im Strom der eigenen Erfahrungen selbst zu begreifen“ [Keupp99, S.190]. Das Konzept der Patchwork-Identität betont die Existenz von Teilidentitäten, die trotz ihrer Individualität ein Patchwork bilden. Bildlich gesprochen entsteht Identität in Form eines Flickenteppichs, der aber offensichtlich immer noch ein Teppich (und damit ein Ganzes) ist. Weiterhin wird die Notwendigkeit der stetigen Anpassung an die Lebenssituation hervorgehoben. „Mit Kohärenz, Anerkennung und Authentizität haben wir drei Modi alltäglicher Identitätsarbeit beschrieben, die zudem auch als wichtige Indizien für eine ‚gelungene Identität‘ bezeichnet werden können“ [Keupp99, S.267]. Hiermit ist u. a. das Finden der Balance zwischen inneren Bedürfnissen und den äußeren Erfordernissen gemeint. Das kann allerdings nur dann geleistet werden, wenn die notwendigen materiellen und sozialen Ressourcen zur Verfügung stehen. Ohne gesellschaftliche und auch ökologische Rahmenbedingungen droht ein Scheitern des individuellen Identitätsprojektes, das durch die Entstehung, Anpassung und Verknüpfung von Teilidentitäten geprägt ist.

3.3 Zusammenfassung

Die Unterschiede zwischen den Konzepten von Erik H. Erikson und Heiner Keupp sind deutlich zu erkennen. Während die Betonung beim Einen auf den Faktoren Kontinuität, Konsistenz und Einheit liegt, stellt der Andere die Flexibilität, Veränderlichkeit und Fragmentierung in den Mittelpunkt seiner Betrachtungen. Hier scheinen zunächst unvereinbare Modelle vorzuliegen. Dennoch lassen sich Gemeinsamkeiten erkennen, die man als Schnittmenge ansehen könnte. Dazu zählen:

- Die Wechselbeziehung zwischen Individuum und Gesellschaft beeinflusst die Identitätsbildung maßgeblich.
- Anerkennung, Selbstwirksamkeit und soziale Beziehungen sind wichtige Faktoren.

Des Weiteren wird mit der Betonung der Existenz von dominierenden Teilidentitäten bzw. Identitätskernen die „Kluft“ zwischen beiden Ansichten verkleinert.

Im Folgenden wird kein Ansatz präferiert, denn sensu [Erikson66, S.124] „[...] kann [man] das Problem der Identität nur zu verdeutlichen versuchen, indem [...] man] es von einer Anzahl von Blickwinkeln anleuchte.“

4. Virtuelle Identität

Man spricht „[...] von virtuellen Identitäten wenn es darum geht, wie Menschen sich selbst präsentieren, wenn sie computervermittelt [...] miteinander kommunizieren“ [Döring00]. Allerdings ist nicht jede (insbesondere kurzfristige) Selbstdarstellung im Rahmen der Internetnutzung relevant hinsichtlich der Identitätsarbeit. Folgende Faktoren prägen den Einfluss:

- Grad der Ausgestaltung,
- Form und Ernsthaftigkeit der Auseinandersetzung mit den gesammelten Erfahrungen,
- Kontakt zu anderen Menschen.

Dabei sind die Möglichkeiten zur Gestaltung natürlich vom Kontext abhängig. Während beim Chat der Nickname, die Quit-Message, die aufgesuchten Chaträume und natürlich die Diskussionsbeiträge zur Selbstdarstellung genutzt werden können, kann das „virtuelle Ich“ bei 3D-Welten wie Second Life relativ frei in Form und Aussehen entworfen werden. Trotzdem lassen sich allgemeingültige Aussagen treffen, die unabhängig von der Art und Weise der Selbstdarstellung sind.

Unter zugeschriebener Identität werden nach [Remschmidt92] alle Einflüsse auf und Beurteilungen über eine Person verstanden, die für diese nicht frei wählbar sind, also beispielsweise Alter oder Geschlecht. An sie und das äußere Erscheinungsbild ist jeder Mensch im realen Leben stark gebunden. Dies kann unter anderem mit Stigmatisierung und der Konfrontation mit Vorurteilen verbunden sein. Die virtuelle Identität ist davon zunächst völlig unabhängig, denn der Einfluss geht allein vom Identitätsträger aus. Daher ist in diesem Zusammenhang auch von einer gewissen Beliebigkeit zu sprechen. Letztendlich entscheidet jeder Benutzer im Rahmen seiner geistigen und technischen Fähigkeiten selbst, wie er sich präsentiert.

Weiterhin ist mit einer virtuellen Identität prinzipiell auch der Faktor Anonymität verbunden, wenn verantwortungsbewusst mit eigenen Daten umgegangen wird. Dies ermöglicht (theoretisch) ein unabhängigeres Experimentieren mit verschiedenen

Verhaltensweisen, da ein ähnliches Ausprobieren in der Realität mit unangenehmen Konsequenzen (z.B. Ausgrenzung, Diffamierung) verbunden sein könnte.

Umstritten ist, ob diese Eigenschaften die Nutzer eher zu (Selbst-) Täuschung und Eskapismus oder Selbstoffenbarung und Erfahrungstransfer verleiten. In den folgenden Ausführungen werden diese gegensätzlichen Positionen aufgegriffen.

5. Identität & SocialWare

Die identitätskritischen Aspekte der Internetnutzung werden aus verschiedenen wissenschaftlichen Blickwinkeln (z.B. Psychologie, Soziologie, Medieninformatik) analysiert. Da sich die bisherigen Erkenntnisse in Hinsicht auf die Veränderung bestehender und Entwicklung neuer Teilidentitäten hauptsächlich auf die etablierten textbasierten Formen (E-Mail, Chat, MUDs) der computervermittelten Kommunikation stützen, muss die Übertragbarkeit auf die Angebote im Rahmen des Web2.0 (Social Networking, Blogs etc.) geprüft werden, denn diese sind von einer wesentlich stärkeren Integration verschiedener statischer und kontinuierlichen Medien und dem Community-Gedanken geprägt.

5.1 Veränderung bestehender Teilidentitäten

Die Erfahrungen, die im Internet gesammelt werden, können sich sowohl positiv als auch negativ auf marginalisierte oder dominierende Teilidentitäten auswirken bzw. einzelne Identitätsmerkmale beeinflussen.

5.1.1 Die Selbstmaskierungsthese

Die Selbstmaskierungsthese ist im Sinne der medienpsychologischen Wirkungsmodelle eine Destruktionsthese, da sie schädliche Auswirkungen für die Kommunikation und Interaktion im Internet postuliert (vgl. [Hartmann04]). Entscheidende Faktoren sind dabei Anonymität und Kanalreduktion.

Schon der Franzose le Bon folgerte aus seinen Betrachtungen zum Verhalten von Gruppen, dass Anonymität enthemmtes Verhalten fördert. In diesem Zusammenhang wurde auch das Phänomen der Deindividualisierung beobachtet und untersucht. Die vorübergehende Aufgabe persönlicher Werte, Meinungen und Verhaltensweisen zugunsten gefühlsgesteuerten Spontanverhalten und Gruppendynamik wird dabei als deindividualisiertes Verhalten bezeichnet. Zimbardo sieht dieses durch den Faktor Anonymität gefördert und begründet damit, dass sich der Einzelne der ausbleibenden Sanktionen aufgrund der ausbleibenden Identifizierung bewusst ist (zitiert nach [Herkner91]). Da virtuelle Identitäten anonymes Auftreten unterstützen, besteht beim Kontakt mit anderen Personen, die ebenfalls durch ihre virtuellen Identitäten

repräsentiert sind, die Gefahr eines „digitalen Maskenballs“. Dies führt „bestenfalls“ zu oberflächlichen Kontakten oder sinnlosen Gesprächen, kann aber auch gefährliche Auswirkungen auf die Identität haben. Erfährt der Benutzer mit seinem frei erfundenen Ich (vom Gegenüber vielleicht nur vorgetäuschte) Akzeptanz und die Erfüllung sozialer Bedürfnisse, kann ihn dies zum Rückzug in die virtuelle Welt oder zur Ablehnung der realen Identität verleiten.

Betrachtet man SocialWare-Systeme ist auffällig, dass die Benutzer ihre Selbstdarstellung in diesem Bereich größtenteils sehr ausführlich gestalten und selbst intime Details einbeziehen. So gaben 74,5% der für [Schmidt06a] befragten Blogbetreiber an, Berichte und Episoden aus dem Privatleben in Form von Beiträgen zu veröffentlichen. Weiterhin binden 63,5% der über 4000 Teilnehmer der Umfrage [ebenda] eigene Bilder und Fotos in ihr Weblog ein. Auch erste Auswertungen zu Social-Networking-Plattformen wie Facebook zeigen, dass die Mehrheit der Nutzer von SocialWare viele private Details in der Öffentlichkeit präsentieren. Dazu zählen u.a. realer Name, Geschlecht, E-Mailadresse, eigene Bilder, Wohnort und Beziehungsstatus (vgl. [Stutzman06]). Natürlich ist damit noch keine Aussage über den Wahrheitsgehalt der jeweiligen Angaben getroffen. Zwar sind eine aktive Teilnahme bei vielen Anbietern mit einer Registrierung verbunden und wahrheitsgemäße Angaben formal verlangt, doch diese werden meist in keiner Weise überprüft. Dennoch ist es ja gerade der Sinn und Zweck von SocialWare mit anderen Personen in Kontakt zu treten. Dies lässt sich bis zu einem gewissen Ausmaß sicher auch mit einem frei erfundenen „virtuellen Ich“ bewerkstelligen, verlangt aber ein hohes Maß an Aufwand und Disziplin. Das Aufrechterhalten der „digitalen Maske“ kann im Extrem zu einem ständigen Weiterentwickeln von „Geschichten“ zwingen, deren Komplexität immer weniger zu überschauen ist. Dies führt letztlich dazu, dass das Enthüllen solcher Versuche meist nur eine Frage der Zeit ist.

Betrachtet man die Kanalreduktion als zweiten entscheidenden Faktor, auf den sich u.a. auch der RSC-Ansatz von Kiesler, Siegel & McGuire stützt (vgl. [Hartmann04]), so wird von der Annahme ausgegangen, dass bei computervermittelter Kommunikation ein deutlicher, von den Nutzern nicht auszugleichender Informationsverlust auftritt. Dieser ergibt sich daraus, dass wenige Sinneskanäle angesprochen werden und Hinweisreize (z.B. Gestik, Mimik) über die technischen Lösungen, die die Kommunikationspartner verbinden aber auch trennen, nicht vermittelt werden können. Dadurch kann die Darstellung der eigenen und Wahrnehmung von anderen Identitäten erschwert werden, da beispielsweise für individuelle Besonderheiten keine Ausdrucksmöglichkeiten vorgesehen sind. Weiterhin wird vom Benutzer die Kenntnis der geltenden Normen und Regeln (z.B. Chatiquette) und technisches Verständnis (z.B. Beherrschen von XHTML)

verlangt. Sind sie nicht ausreichend vorhanden, kann es passieren, dass die virtuelle Identität aus „formalen“ Gründen nicht die erhofften Reaktionen erfährt. Dies kann besonders für Jugendliche problematisch sein. Nach Erikson ist das Alter der Adoleszenz von einer besonders schweren Krise geprägt. Die Identitätsdiffusion, die sich u.a. in Unsicherheit über eigene Werte, Zukunftsängste und Konflikte mit Erwachsenen ausdrücken kann, bedroht die weitere Entwicklung. Auch mit Keupp lässt sich argumentieren, denn er bezieht sich auf das Erfahrungsmaterial aus dem die patchworkartigen Gebilde entstehen. Jugendliche sind aber noch nicht so stark in ihren Erfahrungswerten gefestigt und im Allgemeinen leichter zu verunsichern. Ablehnung oder schlicht der Eindruck des Nicht-Verstanden-Werdens in der virtuellen Welt können diese Tendenzen verstärken.

Offensichtlich können die genannten Punkte auch im Hinblick auf SocialWare nicht vernachlässigt werden, denn die grundsätzlichen Eigenschaften der computervermittelten Kommunikation gelten auch in diesem Bereich. Allerdings lässt sich im Bereich von SocialWare eine Kanalerweiterung feststellen, die jedoch stark davon abhängig ist, welche gestalterischen Fähigkeiten der Einzelne besitzt. Viele SocialWare-Systeme ermöglichen textbasierte, auditive und visuelle Elemente und stellen dem Benutzer ausreichend Speicherplatz, Erweiterungsspielräume in Form von APIs oder sogar vorgefertigte Elemente wie komplette Blogs oder komfortable Bildergalerien zur Verfügung. Dadurch ergeben sich Möglichkeiten, die virtuelle Identität kreativ und individuell zu gestalten. Diese sind deutlich umfangreicher als bei der Selbstdarstellung in Chat oder MUD (Multi User Dungeon) und einfacher zu nutzen als bei einer kompletten Eigenentwicklung einer Homepage.

5.1.2 Die Selbsterkundungsthese

Die Selbsterkundungsthese besagt, „[...] dass virtuelle Identitäten durchaus authentisch sind und jenseits von Täuschung und Lüge gerade in besonderem Maße die Selbstoffenbarung und Selbsterkundung fördern [...]“ [Döring00] und widerspricht damit grundsätzlich der Selbstmaskierungsthese (vgl. Abschnitt 5.1.1).

Sie stützt sich auf folgende Erkenntnisse:

- Die vielfältigen Netzszenarien und die vereinfachten Möglichkeiten der Teilhabe unterstützen die gezielte Aktivierung von Teilidentitäten.
- Der Kontakt zu Personen mit gleichen Interessen oder Problemen kann ohne Befürchtung von negativen Konsequenzen hergestellt werden.
- Personen werden zur Selbstreflexion angeregt und können sich, ihr Verhalten und das der Kommunikations- und Interaktionspartner besser beurteilen, da zugeschriebene Identitäten und äußeres Erscheinungsbild geringen Einfluss haben.

Die verschiedenen SocialWare-Plattformen haben sich zu zentralen Anlaufstellen für alle möglichen Gruppierungen und Interessenvertretungen entwickelt und weisen eine breite thematische Vielfalt auf. So gab es bei MySpace im Dezember 2006 beispielsweise über 33000 Diskussionsgruppen zum Thema „Gay, Lesbian & Bi“ und über 12000 Diskussionsbeiträge zum Thema Selbstmord bei tribe.net. Natürlich lässt sich aus der Quantität nicht automatisch auf die Qualität der Debatten und Schriftwechsel schließen. Die so entstehenden Gruppen profitieren aber von der Tatsache, dass die Mitgliedschaft an sich ein starkes verbindendes Merkmal darstellt und nicht durch die zugeschriebenen Identitäten der einzelnen Beteiligten untergraben wird [Schelske07]. Außerdem finden sich thematische Einstiegspunkte, die auch bei einer gezielten Suche im Internet nicht unbedingt leichter zu erreichen sind. Je detaillierter jedoch die Selbstbeschreibungen der Benutzer sind, desto wahrscheinlicher wird der Einfluss von stereotypen Ansichten in die Reaktionen und Verhaltensweisen der anderen Personen. Aus diesem Grund muss SocialWare, was die Anregung und Förderung von Selbstreflexion betrifft, kritisch betrachtet werden.

5.2 Entwicklung neuer Teilidentitäten

Die Entwicklung neuer Teilidentitäten hängt vor allem mit der Übernahme von Verantwortung und der Identifikation mit der Netzkultur zusammen. Das Internet ermöglicht das Kennenlernen von Gemeinschaften, die sich unterschiedlichster Themen widmen. Die „Kosten“ dafür sind äußerst gering, denn die passive Teilhabe ist meist sogar unbemerkt möglich (z.B. durch Mitlesen der Beiträge in einem Forum). Dadurch ergeben sich Chancen, auf neue Interessensgebiete aufmerksam zu werden, die im richtigen Leben, aufgrund der „Hürde“ einer notwendigen Vereinsmitgliedschaft, der Angst vor Bloßstellung oder Ähnlichem unentdeckt geblieben wären. Diesbezüglich kann auch die Übernahme von verantwortlichen Positionen (z.B. Operator im Chat) die Entwicklung unterstützen, da neue soziale Rollen eingenommen werden, die mit Erwartungen, Werten und geforderten Verhaltensweisen verbunden sind. Das Erleben von Selbstwirksamkeit¹ kann sich dabei sehr positiv auf die Identitätsentwicklung auswirken. Auch der Anpassungsprozess an die Gesellschaft profitiert von übernommener Verantwortung.

Vereinzelte bieten SocialWare-Dienste solche Möglichkeiten, z.B. als Moderator von Diskussionsgruppen. Generell sind solche Funktionen aber nur in begrenztem Umfang vorhanden und nicht so ausgeprägt wie in etablierten Diensten wie dem IRC. Eine Besonderheit sind die so genannten „Netzberühmtheiten“, d. h. Personen (vorrangig

¹ Die individuell unterschiedlich ausgeprägte Überzeugung, dass man in einer bestimmten Situation die angemessene Leistung erbringen kann

Künstler), die zunächst im Internet einen bestimmten Bekanntheitsgrad erreichen und diesen später zum Teil in die Realität jenseits der Online-Situation übertragen können. Sie profitieren von den netzwerkartigen Strukturen, über die sich Empfehlungen und ähnliche Nachrichten schnell verbreiten.

Bedeutender ist in dieser Hinsicht der Faktor Zufall. Die Netzwerke, die bei den meisten SocialWare-Systemen durch die Verbindung zwischen einzelnen Benutzern existieren, sind dabei äußerst hilfreich. Deutlich wird es, wenn man Vergleiche anstellt:

- E-Mails sind nur dann verwendbar, wenn man bereits etwas über die andere Person weiß – die E-Mailadresse.
- Private Homepages sind meist nur von wenigen anderen Seiten aus zu erreichen und nicht in Netzwerke eingebunden (Ausnahme: die Idee der Webringe).

Die Netze, die sich im Bereich der SocialWare ergeben, können dagegen auch von jedem Unbeteiligten frei erkundet werden. Da zudem noch die Hemmschwelle mit Unbekannten in Kontakt zu treten via SocialWare niedriger ist als im direkten Face-to-Face-Kontakt, ergeben sich Chancen soziale Beziehungen aufzubauen, die für die Identitätsentwicklung von Bedeutung sind und möglicherweise sogar auf die Realität außerhalb der Online-Situation übertragen werden können [Döring04, S.781ff].

5.3 Eskapismus und Internetsucht

Die Auslegung, dass intensivste Internetnutzung einem Suchtverhalten entspricht und damit negativ auf die Identitätsentwicklung wirkt, findet in der öffentlichen aber auch wissenschaftlichen Diskussion immer wieder Unterstützung. Besonders das „Phänomen“ Internet Addiction Disorder ist dabei in den Mittelpunkt gerückt und könnte sogar die Anerkennung als Krankheitsbild in Form der Aufnahme in das „Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders“ (DSM) erlangen. Dies ist allerdings umstritten, da viele Fachleute der Meinung sind, dass man in diesem Zusammenhang nicht von einer Störung sprechen kann und objektive Kriterien nur unzureichend definiert sind. Des Weiteren stellt sich die Frage, ob das Internet per se süchtig machen kann oder ob nicht viel mehr bereits bestehende Probleme auf die Internetnutzung wirken [Döring04].

Rosen befragte in diesem Zusammenhang u. a. MySpace-Nutzer und kam zu folgenden Ergebnissen:

- Ein typisches Mitglied von MySpace verbringt ca. 10 Stunden pro Woche mit dem Lesen und Schreiben von Mitteilungen und ähnlichen Aufgaben.
- 20% der Befragten haben den Eindruck, dass sich ihre MySpace-Mitgliedschaft negativ auf Schule, Beruf, Familie und Freunde auswirkt [Rosen06].

Generell kann davon ausgegangen werden, dass die Pflege von Beziehungen, die mittels SocialWare entstanden sind, Zeit beansprucht. Werden dazu noch die vielfältigen Ausdrucksmöglichkeiten (Blogs, Profile, Avatare etc.) und zusätzliches Material aufbereitet (Fotos, Musikempfehlungen), kann dies durchaus zu intensiver Verwendung verleiten – besonders dann, wenn man positive Reaktionen für den betriebenen Aufwand erhält. Nichtsdestotrotz scheint ein abschließendes Urteil schwierig, da nur wenige Studien existieren und grundsätzlichen Schwierigkeiten, wie fehlende objektive Entscheidungskriterien, nicht geklärt sind.

5.4 Der Freundschaftsbegriff

Eines der Grundprinzipien von SocialWare ist der gegenseitige Verweis der Benutzer untereinander. So genannte Freundeslisten bei Social-Networking-Plattformen oder Trackbacks im Bereich von Blogs sind dafür Beispiele. Welche Ausmaße diese Vernetzungen annehmen können, zeigt beispielsweise [Rosen06], wonach die „Freundesliste“ eines durchschnittlichen „MySpacer“ ca. 200 Einträge aufweist, von denen 75 als „enge Freunde“ bezeichnet werden. Diese Zahlen stimmen nachdenklich, denn die Vorstellung, mehrere hundert Freunde zu haben und unter ihnen einige Dutzend als „enge Freunde“ zu deklarieren, erscheint unglaubwürdig. Dieser Eindruck hält sich auch unter der formalen Betrachtung des Freundschaftsbegriffes. So ist zum Beispiel ein Merkmal, dass Freunde untereinander mehr Gedanken und Gefühle austauschen als mit anderen Personen und dies mit größerer verbaler Offenheit tun [Thomas91]. Diese und andere Eigenschaften weisen die Beziehungen im Bereich der SocialWare oft nicht auf. Beispielsweise sind Blogs meist ohne Einschränkungen öffentlich.

Dies führt zu einer Begriffswelt, die problematische Auswirkungen haben kann, denn sowohl Keupp als auch Erikson betonen den Faktor Anerkennung bei der Identitätsentwicklung. Wird in diesem Zusammenhang die Bedeutung der virtuellen „Freundschaften“ überschätzt, kann dies möglicherweise zu dem Schluss führen, dass Probleme in der realen Welt weniger mit der eigenen Person zusammenhängen als mit „den Anderen“. Diese Einschätzung ist auch hinsichtlich eines möglichen Suchtverhaltens (vgl. Kapitel 5.3) kritisch zu betrachten. Im Umkehrschluss könnten Nutzer den Eindruck gewinnen, dass eine weniger umfangreiche Freundschaftsliste Ausdruck von Ablehnung ist. Dass diese „Befürchtungen“ nicht nur rein theoretischer Natur sind, zeigt das Entstehen von Angeboten wie FakeYourSpace. Dort kann man sich „Freunde“ erkaufen und beispielsweise „besonders attraktive“ Personen auswählen.

5.5 Stichpunktartige Selbstbeschreibung (Profile)

SocialWare-Systeme bieten oftmals die Möglichkeit in prägnanter Form Auskunft über die eigene Person zu geben. Dazu gibt es zum Beispiel bereits vorgefertigte Fragebögen, die nur ausgefüllt werden müssen. Antworten können dabei sowohl zu unkritischen Themen wie dem Musikgeschmack, als auch zu Bereichen wie der sexuellen Orientierung oder Kontaktmöglichkeiten gegeben werden. Diese Kurzdarstellungen ermöglichen einerseits einen schnellen Überblick über bestimmte Eigenschaften von Personen, verleiten andererseits aber auch zu einer oberflächlichen Reduzierung und Beschreibung. Inwiefern sich diese Problematik im realen Nutzerverhalten widerspiegelt, wird im folgenden Abschnitt untersucht.

6. Empirie

Im Rahmen einer eigenen Studie wurde untersucht, ob eine bestimmte Profilangabe (*body type*, Figur) einen Einfluss auf die Größe der Freundesliste hat. Betrachtet wurde die Gruppe der weiblichen MySpace-Nutzer im Alter zwischen 18 und 35. MySpace bietet hinsichtlich der Figurbeschreibung sechs Möglichkeiten. Von ihnen wurden zwei sehr gegensätzlichen Angaben ausgewählt – „*more to love*“ (sinngemäß: dick, korpulent) und „*athletic*“ (sportlich, athletisch).

Insgesamt 200 Vertreterinnen (100 mit der Figureinschätzung „*more to love*“ und 100 mit der Selbstbeschreibung „*athletic*“) der oben genannten Gruppe wurden zufällig ermittelt und die Größe der Freundesliste untersucht. Das Ergebnis zeigt Abbildung 1.

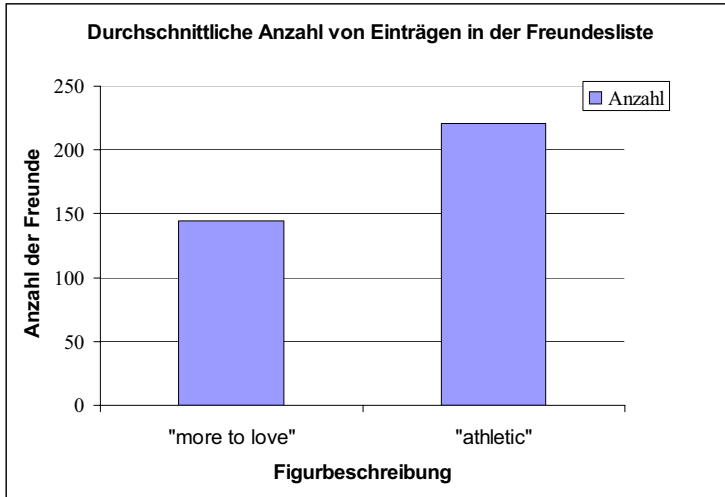


Abbildung 1: Der Einfluss des Profileintrages auf die Größe der Freundesliste

Die erkennbare Differenz ist dabei auf dem 5%-Niveau signifikant ($t=1,7049$, $df=198$). Daraus lässt sich schließen, dass der vermutete Einfluss der stichpunktartigen Figurbeschreibung auf den Umfang der Freundesliste tatsächlich vorhanden ist. Nicht unerwähnt bleiben darf, dass damit keinerlei Aussagen über die Ernsthaftigkeit der sozialen Beziehungen getroffen werden. Dennoch könnte die implizierte Problematik (auch im Sinne der Selbstmaskierungsthese) Menschen dazu drängen, ihre Selbstdarstellungen kalkulierter und angepasster an gängige gesellschaftliche „Ideale“ zu gestalten. Ist diese idealisierte Selbstpräsentation (und die bewusste teilweise Verleugnung der eigenen Person) mit erhöhter Akzeptanz verbunden, sind negative Auswirkungen auf die Identitätsentwicklung möglich, denn „[...] Subjekte [...] speichern] im Selbstgefühl neben der Bewertung, ob und wie sie ihre Ziele erreicht haben, immer auch, wie sie sich damit fühlen.“ [Keupp99]

7. Fazit

Wird die angeführte Literatur betrachtet lässt sich festhalten, dass die Verwendung von SocialWare durchaus positive Einflüsse auf die Identität haben kann. Die relativ einfachen und vielfältigen Möglichkeiten, Kontakte zu knüpfen und eigene Meinungen zu veröffentlichen, unterstützen Aspekte wie Selbstwirksamkeitserfahrung und Akzeptanz, die beide für die Herausbildung einer stabilen Identität bzw. eines Patchworks von Teilidentitäten äußerst wichtig sind. SocialWare-Systeme bieten

einerseits dem Benutzer größere kreative Freiheiten bei der Modellierung der virtuellen Identität(en), implizieren andererseits aber auch die Preisgabe von Detailinformationen. Dies kann das Experimentieren erschweren. Weiterhin müssen der nachgewiesene Einfluss von gängigen Idealen und der Unterschied zwischen Quantität und Qualität der Kontakte beachtet werden. Auch die latente Gefahr des Eskapismus besteht. Dennoch kann eine moderate Nutzung von SocialWare eine erfolgreiche Identitätsarbeit unterstützen.

Literatur

- [Döring00] Döring, Nicola, 2000, Identität + Internet = Virtuelle Identität?, *forum Medienethik* 2/2000. (S. 65-75).
- [Döring04] Döring, Nicola, 2004, Sozio-emotionale Dimensionen des Internet, In R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S.769-791), Göttingen: Hogrefe.
- [Erikson66] Erikson, Erik H., 1966, *Identität und Lebenszyklus*, Zürich: Buchclub Ex Libris.
- [Hartmann04] Hartmann, Tilo, 2004, Computervermittelte Kommunikation, In R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (S. 673-693), Göttingen: Hogrefe.
- [Hattori99] Hattori, Fumio; Ohguro, Takeshi; Yokoo, Makoto; Matsubara, Shigeo & Yoshida, Sen, 1999, SocialWare: Multi-agent systems for supporting network communities., *Communication of the ACM*, 42(3). (S.55-61).
- [Herkner91] Herkner, Werner, 1991, *Lehrbuch Sozialpsychologie*, Bern: Verlag Hans Huber.
- [Keupp99] Keupp, Heiner; Ahbe, Thomas; Gmür, Wolfgang; Höfer, Renate; Mitzscherlich, Beate; Kraus, Wolfgang & Straus, Florian, 1999, *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek: Rowohlt.
- [Remschmidt92] Remschmidt, Helmut, 1992, *Adoleszenz. Entwicklung und Entwicklungskrisen im Jugendalter*, Stuttgart: Thieme
- [Rosen06] Rosen, Larry, *Adolescents in MySpace: Identity Formation, Friendship and Sexual Predators*, Online-Dokument verfügbar unter <http://www.csudh.edu/psych/Adolescents%20in%20MySpace%20%20Executive%20Summary.pdf>
- [Schelske07] Schelske, Andreas, 2007, *Soziologie vernetzter Medien*, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

- [Schmidt06] Schmidt, Jan, 2006, Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement. In: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, Nr. 2/06, S.37-46.
- [Schmidt06a] Schmidt, Jan & Wilbers, Martin, 2006, *Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005*, Berichte der Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien" Nr. 06-01.
- [Stutzman06] Stutzman, Frederic, 2006, *An Evaluation of Identity-Sharing-Behavior in Social Network Communities*, Online-Dokument verfügbar unter http://www.ibiblio.org/fred/pubs/stutzman_pub4.pdf
- [Thimm99] Thimm, Caja (Hrsg.), 1999, *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*, Wiesbaden: VS Verlag.
- [Thomas91] Thomas, Alexander, 1991, *Grundriß der Sozialpsychologie, Band 1: Grundlegende Begriffe und Prozesse*, Göttingen: Hogrefe.
- [Turkle99] Turkle, Sherry, 1999, *Leben im Netz. Identität im Zeitalter des Internet*, Reinbek: Rowohlt.